

MỤC LỤC

- 1 **Trần Thứ Ba**
NGHIÊN CỨU MÔ HÌNH DỰ BÁO TỶ GIÁ TRUNG TÂM USD/VND
BẰNG KỸ THUẬT PHÂN TÍCH CHUỖI THỜI GIAN BOX-JENKINS
ARIMA 3 - 9
- 2 **Nguyễn Thị Mỹ Linh**
CHI TIÊU CHÍNH PHỦ VÀ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ TẠI MỘT SỐ
QUỐC GIA ĐÔNG NAM Á 10 - 18
- 3 **Nguyễn Duy Trinh**
NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN VIỆC THU HÚT VỐN
ĐẦU TƯ VÀO TỈNH QUẢNG NGÃI 19 - 29
- 4 **Lê Hồng Sơn, Phạm Xuân Kiên**
CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA THỰC PHẨM HỮU CƠ CỦA
NGƯỜI TIÊU DÙNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH DỰA TRÊN MÔ HÌNH S-O-
R 40 - 50
- 5 **Phan Trọng Nhân, Phan Thị Song Thương, Hồ Trúc Vi**
ỨNG DỤNG MÔ HÌNH CHẤP NHẬN CÔNG NGHỆ (TAM) - TRƯỜNG
HỢP NGHIÊN CỨU VỀ Ý ĐỊNH SỬ DỤNG ỨNG DỤNG YÊU CẦU XE
CỦA KHÁCH HÀNG TẠI THÀNH PHỐ BIÊN HÒA 51 - 64
- 6 **Trần Hoài Phúc, Phạm Xuân Kiên, Lê Thị Minh Xuân**
CĂNG THẲNG KINH TẾ, TÍNH VỊ CHỮNG VÀ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM
ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ KHÔNG SẴN LÒNG MUA HÀNG HÓA NGOẠI
NHẬP CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TP. HỒ CHÍ MINH 73 - 81
- 7 **Hồ Trúc Vi, Phan Trọng Nhân**
TÁC ĐỘNG CỦA GIÁ TRỊ QUẢNG CÁO ĐẾN NHẬN THỨC VÀ HÀNH VI
TRÁNH NÉ QUẢNG CÁO – MỘT NGHIÊN CỨU VỀ TRÁNH NÉ QUẢNG
CÁO TRÊN FACEBOOK TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH 94 - 106
- 8 **Nguyễn Thị Vân, Nguyễn Văn Phú, Mai Phú Hợp**
NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CHÍNH SÁCH TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐẾN
THƯƠNG HIỆU CỦA DOANH NGHIỆP TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH 118 - 127